

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Suatu perusahaan industri merupakan unit proses yang mengolah sumber daya (*input*) menjadi (*output*) dengan suatu transformasi tertentu. Dalam proses inilah terjadi penambahan nilai atas sumber daya sehingga secara ekonomis *output* yang dihasilkan mempunyai nilai lebih jika dibandingkan sebelum diproses. Perhatian dan harapan terhadap produktivitas demikian besar dan fundamental.

Setiap organisasi pada dasarnya akan memiliki kebijakan yang berbeda-beda terhadap sumber daya manusia yang dimilikinya guna mencapai produktivitas kerja karyawan. Dalam pencapaian yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan terdapat banyak faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan antara lain adalah adanya motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja dan stres kerja karyawan bertambah. Faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan diharapkan mampu memberikan jalan bagi karyawan guna mencapai peningkatan produktivitas kerja.

Peningkatan produktivitas kerja karyawan dilakukan secara komprehensif dan integral yang diarahkan pada peningkatan kompensasi financial, kompetensi (keterampilan kerja), fasilitas kerja serta kemampuan komunikasi yang baik. Dengan peningkatan produktivitas melalui kompensasi financial yang dapat mensejahterahkan karyawan,

demikian pula peningkatan kompetensi (keterampilan kerja), karyawan diharapkan mampu mendukung kinerja perusahaan.

Produktifitas itu sendiri pada dasarnya merupakan ukuran yang menyangkut efektifitas penggunaan sumber-sumber produksi dalam perusahaan yang sifatnya sangat penting. Produktifitas kerja dapat diartikan suatu sikap mental yang mempunyai pandangan bahwa kehidupan hari ini lebih baik dari pada kehidupan kemarin dan hari esok lebih baik dari pada hari ini. Namun produktifitas sering digambarkan suatu konsep yang menggambarkan hubungan antara sumber yang digunakan dengan hasil yang diperoleh dalam waktu yang telah ditetapkan. Tenaga kerja produktif adalah tenaga kerja yang mampu menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan standar dalam waktu yang singkat. Hal ini terwujud apabila faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat produktifitas kerja karyawan terpenuhi yaitu: motivasi, disiplin kerja, etika kerja, pendidikan ketrampilan, organisasi dan yang berhubungan dengan lingkungan perusahaan seperti upah yang diterima, manajemen, lingkungan kerja, mesin-mesin yang digunakan dan bahan baku. Di dalam ilmu ekonomi mikro terutama bagian operasional (Handoko, 2002:54), faktor-faktor produksi ini juga dinamakan dengan sumber-sumber produksi. Sumber-sumber produksi ini dibagi ke dalam dua macam yaitu sumber alam (*natural resources*) yang terdiri dari sinar matahari, udara, air, tanah, mineral dan hutan, sedangkan sumber yang lainnya adalah sumber daya manusia (*human resources*).

Lancarnya proses produksi yang nantinya diharapkan mampu meningkatkan kelancaran penjualan produk atau jasa perusahaan. Penjualan merupakan kegiatan terdepan perusahaan di dalam menghasilkan sesuatu dari suatu proses pertukaran yang terjadi di pasar. Proses pertukaran inilah yang dikatakan dengan penjualan. Penjualan pada dasarnya adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap orang dan setiap kelompok orang. Karena tidak ada satu orangpun dan kelompok orangpun yang mampu untuk menghasilkan semua yang dibutuhkannya di dalam hidupnya. Mereka membutuhkan orang lain atau kelompok orang lain untuk mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan tersebut melalui suatu proses pertukaran. Pertukaran adalah salah satu inti kajian pemasaran yang diwujudkan dalam bentuk penjualan.

Penjualan berarti memberikan sesuatu yang dimiliki kepada pihak lain dengan mendapatkan suatu imbalan tertentu dalam bentuk uang. Di dalam pemasaran pertukaran akan menciptakan suatu nilai bagi kedua belah pihak. Jadi dengan demikian dengan melakukan penjualan maka nilai dari dimiliki sekarang akan mengalami kenaikan setelah terjadi transaksi tersebut. Bagi perusahaan berarti akan meningkatkan penerimaan dan bahkan nilai perusahaan itu sendiri.

Alma (2004:98) pengertian penjualan dan pemasaran seringkali dipahami sebagai sesuatu yang sama. Sebenarnya kedua hal tersebut adalah sesuatu yang berbeda walaupun satu sama lain memiliki keterkaitan. Pemasaran dari sudut pandang sebagai filosofis adalah suatu cara pandang yang menempatkan konsumen sebagai titik sentral perhatian

dalam kegiatan bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan dari sudut pandang aktivitas sebagai suatu sistem keseluruhan dari suatu kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk (barang, jasa, dan ide) kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Penjualan juga merupakan ujung tombak dan indikator dari pemasaran suatu perusahaan, pemasaran yang berhasil akan meningkatkan penjualan dan memperlancar operasional perusahaan dengan adanya kelancaran perputaran barang, baik yang ada di tingkat internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Internal perusahaan mampu memperlancar dan mengurangi timbunan persediaan karena proses penjualan yang tidak memerlukan waktu yang lama. Eksternal perusahaan mampu memasok barang bagi konsumen sehingga konsumen mudah untuk mendapatkan barang yang pada akhirnya memberikan nilai tambah dalam meningkatkan ketersediaan barang di pasar.

Variabel produktifitas dan penjualan merupakan suatu kombinasi yang harus dikendalikan dan seimbang guna menunjang kelancaran perusahaan yang pada akhirnya menunjang kelancaran dan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu peneliti memilih judul: “Pengaruh produktifitas terhadap penjualan pada perusahaan kerajinan ketipung UD Classic Kota Blitar”

**B. Permasalahan**

Perusahaan dalam menunjang proses produksinya akan berusaha dengan segala cara untuk mampu meningkatkan kinerja manajemen operasional perusahaan. Ada kalanya peningkatan produktifitas tidak selaras dan tidak sesuai dengan peningkatan penjualan atau sebaliknya. Hal ini perlu untuk dikendalikan agar sesuai dengan kemampuan perusahaan. Penjualan sebagai salah satu indikator kemajuan dan peningkatan perusahaan harus selalu diupayakan meningkat. Banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan salah satunya dari faktor internal perusahaan yaitu produktifitas perusahaan. Oleh karena itu bagaimana faktor internal perusahaan khususnya produktifitas mampu mempengaruhi penjualan pada UD Classic Kota Blitar.

**C. Perumusan Masalah**

Pada penelitian ini perumusan masalahnya adalah:  
Bagaimana pengaruh produktifitas terhadap penjualan pada perusahaan kerajinan ketipung UD Classic Kota Blitar?

**D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produktifitas terhadap penjualan pada perusahaan kerajinan ketipung UD Classic Kota Blitar.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam usaha perkembangan serta menerapkan baik teori maupun konseptual khususnya yang berkenaan dengan masalah yang sebenarnya terjadi di perusahaan dan dapat menerapkan teori yang di peroleh di bangku kuliah guna memecahkan masalah tersebut.

### 2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan bagi pimpinan UD Classic Kota Blitar untuk pengambilan keputusan tentang produktifitas dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian dalam bidang sumber daya manusia dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dari arti pentingnya produktifitas perusahaan dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

### 4. Bagi Insitusi/Lembaga/Kampus

Diharapkan dapat dipakai sebagai referensi dalam meningkatkan peran serta lembaga dalam meningkatkan penelitian sebagai salah satu tugas akademis sebagai peneliti, dan berguna bagi kemajuan lembaga yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.